



UNIVERSITY
OF TAMPERE

This document has been downloaded from
TamPub – The Institutional Repository of University of Tampere

Publisher's version

The permanent address of the publication is
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201311201613>

Author(s): Kainulainen, Kimmo
Title: Kulttuuriteollisuuden ja aluetalouden kehityksen moniulotteinen yhteys
Main work: Yksilö, kulttuuri, innovaatioympäristö : Avauksia aluekehityksen näkymättömään dynamiikkaan
Editor(s): Sotarauta, Markku; Kosonen, Kati-Jasmin
Year: 2004
Pages: 172-201
ISBN: 951-44-6124-x
Publisher: Tampere University Press
Discipline: Social and economic geography
Item Type: Article in Compiled Work
Language: fi
URN: URN:NBN:fi:uta-201311201613

All material supplied via TamPub is protected by copyright and other intellectual property rights, and duplication or sale of all part of any of the repository collections is not permitted, except that material may be duplicated by you for your research use or educational purposes in electronic or print form. You must obtain permission for any other use. Electronic or print copies may not be offered, whether for sale or otherwise to anyone who is not an authorized user.

Kulttuuriteollisuuden ja aluetalouden kehityksen moniulotteinen yhteys

Kimmo Kainulainen

Johdanto

Kulttuuri- ja taidelaitosten yhteiskunnallisesta merkittävydestä käydään jatkuvaa keskustelua paitsi kulttuuripolitiikan piirissä myös yhä useammin alueellisen kehittämistyön yhteydessä. Keskustelujen painotukset ovat vuosien kuluessa muuttuneet. Kulttuurin sivistävistä, yhteisöllisistä tai identiteettiä korostavista näkökulmista on vähitellen siirrytty taloudelliseen markkinaretoriikkaan. Tämä on tullut esille erityisesti alueellisen kehittämistyön kontekstissa, esimerkiksi ohjelma-perusteisen aluepolitiikan yhteydessä, jossa erilaisilta kulttuuriprojekteilta on odotettu yhä useammin työllistäviä ja elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä tukevia vaikutuksia.

Keskustelu kulttuuri- ja taidepalveluiden taloudellisesta arvosta on selvästi vilkastunut viimeisten vuosikymmenten aikana. Tähän kulttuuria välineellistävään (ns. instrumentaalisen kulttuuripolitiikan) aikakauteen tai hegemoniseen diskurssiin on siirrytty asteittain 1980-luvulla Suomessa sekä muualla Euroopassa. Tuolloin kulttuurisektorin ja taiteen talousvaikutuksiin kohdistunut tutkimuksellinen, yhteiskunnallinen ja poliittinen kiinnostus alkoi kasvaa. Samalla kulttuuri-

näkökulma liitettiin osaksi alueiden kehittämistyötä esimerkiksi eurooppalaisten suurkaupunkien markkinointistrategioiden yhteydessä. Monissa kaupungeissa kulttuuriteollisuus ja kulttuuri-imagot tuotiin kaupunkien strategisen kehittämistyön ytimeen. Kehitys on usein tapahtunut teollisen rakennemuutoksen myötä, jonka kuluessa perinteiset teollisuusalueet ovat muuttuneet elinkeinorakenteeltaan ja imagoiltaan jälkiteollisiksi kasvukeskuksiksi. Viime vuosina kulttuurin tuotteistamisesta ja taloudellisesta merkittävytydestä käytävä keskustelu on nostettu esille myös maaseutupolitiikan yhteydessä.

Kaksikymmentä vuotta sitten perinteinen keskustelu kulttuurin ja taiteen julkisen tuen perusteluista kääntyi osin pääläelleen – nimenomaan alueellisen kehittämistyön kontekstissa. Enää ei kysytty niinkään, miten talouselämä voi tukea tai palvella kulttuurisia ja taiteellisia pyrkimyksiä, vaan yhä useammin haluttiin tietää, miten kulttuuri voi tukea talouselämää (Cwi 1980; Shanahan 1980). Myös tämän päivän poliittis-hallinnollisessa retoriikassa ja ohjelmajulistuksissa kulttuurilta odotetaan nimenomaan alueiden työllisyyttä ja taloutta kohentavia vaikutuksia. Asiasta voidaan luonnollisesti olla montaa eri mieltä.

Artikkelini tavoitteena ei ole pureutua tähän kulttuurin hyötyjä ja vaikutuksia koskevaan kulttuuripoliittiseen keskusteluun. Pikemminkin pyrkimyksenäni on jäsentää kulttuurin aluetaloudellisia vaikutuksia ja merkitysulottuvuuksia. Kysyn, miten kulttuurisektorin alueelliset talousvaikutukset ilmenevät. Voidaanko kyseisiä vaikutuksia mitata tai tunnistaa? Artikkelini perusajatuksena on kulttuurin aluetaloudellisten vaikutusten diskursiivisen ja tulkinnallisen luonteen korostaminen. Väitän, ettei kulttuurin aluetaloudellinen vaikuttavuus ole aina las kennallisesti määriteltävissä, sillä osa vaikutuksista on luonteeltaan prosessuaalisia ja siksi 'näkymättömiä'. Viime kädessä kyse on kulttuurin, talouden ja aluekehityksen moniulotteisen vuorovaikutussuhteen jäsentämisestä.

Viimeisten kahden vuosikymmenen aikana on tehty joukko tutkimuksia, joissa kulttuuri ja erityisesti kulttuuriteollisuus on nähty kasvavaksi talouden sektoriksi. Erityisesti kulttuurin aluetaloudelliset vaikutukset on havaittu huomattaviksi. Kulttuuri- ja taidepalvelujen

sekä -tapahtumien taloudellisia heijastusvaikutuksia on laskettu muun muassa suorien tulovaikutusten (esim. verotulojen kasvu), työpaikkojen määrien kasvun sekä kulttuurin kulutuksen ja palvelujen kysynnän lisääntymisen näkökulmista. Suorien ja laskennallisten taloudellisten hyötyjen lisäksi kulttuuritoiminnot heijastelevat alueille erilaisia sosiaalisia, psykologisia ja symbolisia merkityksiä, joilla on myös mittaamisen ulottumattomissa olevia näkymättömiä talousvaikutuksia.

Merkille pantavaa uusimmissa kulttuurin taloudellista merkittävyyttä tarkastelleissa tutkimuksissa onkin ollut eri merkitys- ja vaikutusulottuvuuksien yhteen kietoutuminen ja keskinäinen sekoittuminen tavalla, joka on tehnyt taloudellisen merkittävyyden tunnistamisen entistä kompleksisemmäksi. Euroissa tai dollareissa laskettavien taloudellisten tuottojen lisäksi kulttuurin on nähty vaikuttavan aluetalouksien toimintakykyyn erilaisten tulkinnallisten merkitysulottuvuuksien kautta, joiden tunnistaminen tai todistaminen on tutkimuksissa osoittautunut haasteelliseksi teoreettis-metodologiseksi tehtäväksi. Tämä on ilmennyt esimerkiksi kulttuurin taloudellisten vaikutusten, imagojen, kulttuuristen koodien, tyylien, luovuuden ja innovatiivisuuden moniulotteisten vuorovaikutussuhteiden analyysissä.

Artikkelini perusargumenttina onkin, ettei jälkiteollisessa symboli-yhteiskunnassa voida erotella ja tunnistaa yksiselitteisesti kulttuuriteollisuuden kulttuurisia, taloudellisia ja sosiaalisia vaikutuksia toisistaan. Yhteiskuntien symbolis-taloudellinen todellisuus on läpikotaisin kulttuurisesti välittynyt, minkä vuoksi kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhdetta on tarkasteltava tulkinnallisten ja merkitysvälitteisten prosessuaalisten näkökulmien kautta. Taustalla on ajatus kulttuurin ja talouden analyttisen kahtiajaon purkamisesta sekä oletamus siitä, että myöhäismoderneissa yhteiskunnissa 'talouden' ja 'kulttuurin' käsitteet (tai yhteiskunnalliset sfäärit) ovat muuttuneet hybridisiksi prosesseiksi; taloudellisiksi ajattelemamme käytännöt ja prosessit ovat keskeisiltä osiltaan kulttuurisia ilmiöitä ja päinvastoin. Samalla kulttuurisektorin ja talouselämän rajat ovat tulleet entistä epäselvemmiksi ja häilyvimmiksi.

Kulttuuriteollisuus kasvava taloudellinen sektori

Lukuisat tutkimukset ovat 1980-luvulta lähtien osoittaneet, että kulttuurisektorilla on kasvava taloudellinen merkitys jälkiteollisten kaupunkien ja alueiden kehityksessä. Kulttuurilla on nähty olevan edistävii vaikutuksia muun muassa alueiden kilpailukykyyn ja erityisesti matkailuelinkeinon kehitykseen. Kulttuurisektorin ja taiteiden taloudellisten vaikutusten esille nousu yhteiskunnallisessa ja tieteellisessä keskustelussa on ilmentänyt erityisesti kulttuuriteollisuuden taloudellisen merkityksen kasvua. Siksi aluksi on syytä täsmentää kulttuuriteollisuuden käsitteen sisältöä.

Taloustieteen näkökulmasta kulttuurin tuotokset voidaan nähdä kokonaisuudessaan omana tuotannonalanaan, koska ihmiset osallistuvat näihin toimintoihin tuottajina, vaihtajina ja kuluttajina (Throsby 1999, 79-81). Kulttuurin tuotantoa on kuvattu kulttuuriteollisuuden käsitteellä, joka sisällöllisesti liittyy kulttuurin tuotannon ja kulutuksen teolliseen toimintalogiikkaan samalla kun kulttuuriset tuotokset nähdään osana laajaa talousjärjestelmää. Teollisuuden (*industry*) käsitettä on alunperin sovellettu kulttuuriin ja taiteisiin yhteiskuntakritiikkinä, jolloin huomio kiinnittyi erityisesti kulttuurin kaupallistumisesta aiheutuviin turmiollisiin sivuvaikutuksiin. Termin kulttuuriteollisuus ottivat ensimmäistä kertaa käyttöön Frankfurtin koulu-kuntaa edustaneet Max Horkheimer ja Theodor Adorno vuonna 1947 kritisoidessaan massakulttuurin vaikutuksia.

Nykyisessä tieteellisessä keskustelussa kulttuuriteollisuuden käsitteellä viitataan tavallisesti siihen taloudelliseen potentiaaliin, joka liittyy kulttuurin tuotantoon, työllisyysvaikutuksiin sekä kuluttajien tarpeiden tyydyttämiseen (Throsby 2001, 111). Kulttuuriteollisuuden lähikäsitteiksi on mainittu vapaa-ajan teollisuus (*leisure industry*), informaatioteollisuus (*information industry*), viihdeteollisuus (*entertainment industry*) ja mediateollisuus (*media industry*) (Hesmondhalgh 2002, 14). Lisäksi kulttuuriteollisuuden rinnalla luovia tuotannonaloja on kuvattu luovan teollisuuden (*creative industry*) ja kulttuuritalouden (*cultural economy*) käsitteillä, joilla on nähty olevan kasvava aluetaloudellinen merkitys (esim. Hall 2000; Landry 2000;.

Scott 1997; 2000; Gibson, Murphy & Freestone 2002). Zukin (1995) on puolestaan kuvannut kulttuurin tuotannon lisääntymistä symbolitalouden kasvuksi, jonka erityispiirteenä aikaisempiin vuosikymmeniin nähden on imagojen, kulttuurin ja tuotteiden symbioosi. Kaikilla mainituilla käsitteillä on yhtymäkohtia kulttuuriteollisuuden sisältöön painottaen siitä erilaisia puolia ja piirteitä.

Kulttuuriteollisuuden käsite perustuu kulttuuristen tuotannonalojen ja jakelukanavien erittelyyn (Hall 2000, 640). Tiivistäen kulttuuriteollisuus viittaa yrittäjyyteen ja kauppaan, joka perustuu aineettomien tai aineellisten kulttuuristen sisältöjen tuottamiseen tavaroina tai palveluina. Laajassa mielessä kulttuuriset tuotteet ja palvelut ovat sellaisia, joiden tuottaminen edellyttää 'kulttuurista luovuutta' ja jotka ilmentävät henkisiä ja/tai symbolisia arvoja.

Kulttuuriteollisuuden käsitteen empiirisen operationalisoinnin lähtökohtana voidaan pitää 'kulttuuristen' ja 'luovien' teollisuuden alojen tunnistamista (Gibson, Murphy & Freestone 2002, 175-179). Throsby (2001, 112-114) on erotellut väljässä luokittelussaan kulttuuriteollisuuden ydinalat, muut kulttuuriteollisuuden muodot sekä näihin liittyvät teollisuuden sektorit. Ydinaloihin (*core arts*) kuuluvat luovat taiteenalat, kuten kirjallisuus, teatteri, tanssi, musiikki, kuvataide ja erilaiset taideteolliset alat. Kulttuuriteollisuuden "ulkokehällä" (*related activities*) ovat Throsbyn luokittelussa puolestaan muun muassa elokuvateollisuus, viestintävälineet (televisio, radio, sanomalehdet), julkaisutoiminta ja valokuvaus. Kolmas kulttuuriteollisuuden kehä muodostuu aloista, jotka toimivat kulttuuriteollisuuden ydinalojen ulkopuolella, mutta niiden tuotteissa on kulttuurisia (ts. semioottisia ja/tai esteettisiä) piirteitä. Näihin teollisuuden aloihin kuuluvat muoti- ja mainosteollisuus sekä arkkitehtuuri. Uusitalo (1999, 137-139) on vastaavasti ryhmitellyt kulttuuriteollisuuden toimintatavan mukaan (1) editoriaaliseen teollisuuteen (kirjankustannus, elokuva, äänitteet), (2) ohjelmavirtateollisuuteen (radio, televisio), (3) kirjoitetun informaation tuotantoon (sanoma- ja aikakauslehdet) ja (4) sähköiseen viestintäteollisuuteen (uusmedia). Lisäksi hän on sisällyttänyt kulttuuriteollisuuden piiriin (5) esittävän taiteen ja tapahtumatuotannon (teatteri, tanssi, ooppera, konserttimusiikki, näyttelyt).

Määritelmästä ja määrittelijästään riippumatta kulttuuriteollisuus on nähty tulevaisuuden kasvualaksi sekä yrittämisen että työllistymisen kannalta. Osaltaan tähän ovat vaikuttaneet muun muassa vapaa-ajan lisääntyminen sekä arvojen ja elämäntapojen muutokset, joiden myötä erilaisten kulttuuriharrastusten, -toimintojen ja -palvelujen suosio on kasvanut.

Kulttuuriteollisuuden taloudellisen volyymin kasvu käy ilmi lukuisista tutkimuksista. Merkittävänä aiheeseen liittyvänä keskustelun-avauksena on pidetty John Myerscoughin vuonna 1988 julkaisemaa teosta *The Economic Importance on the Arts in Britain*. Britanniaa käsitelleessä tutkimuksessaan hän päätyi muun muassa seuraaviin tuloksiin (Myerscough 1988, 148-150):

- Kulttuurin suorat työllisyysvaikutukset olivat Britanniassa huomattavia. 1980-luvun puolivälissä alan työpaikkoja tilastoitiin lähes 500 000, mikä oli yli 2 prosenttia kokonaistyövoimasta.
- Kulttuuri on kasvava talouden sektori. Museoihin, gallerioihin, teattereihin ja konsertteihin kohdistunut kulutus ja sitä kautta syntyneet työllisyysvaikutukset ovat lisääntymässä.
- Kulttuuri houkuttelee matkailijoita ja toimii matkailun vetovoimatekijänä.
- Kulttuuritoiminnot toimivat kaupunkien uudistamisprosessien katalyyttinä. Erilaiset kulttuurilaitokset ja monipuoliset kulttuuripalvelut vahvistavat ja parantavat kaupunkien imagoa, identiteettiä sekä elinvoimaisuutta asuin- ja työympäristönä.

Britannian lisäksi kulttuurisektorilla on havaittu olevan huomattavia talousvaikutuksia muun muassa Saksassa, Itävallassa, Hollannissa, Yhdysvalloissa, Kanadassa, Australiassa, Espanjassa, Ruotsissa ja Suomessa. (Scanlon & Longley 1984; Scott 1997; Dziembowska-Kowalska & Funck 1999; Gibson ym. 2002; Garcia 2003). Vaikutukset on osoitettu muun muassa työllisyyden ja BKT-osuuksien näkökulmista. Esimerkiksi Suomessa kulttuuriteollisuudessa, -kaupassa ja -palveluissa työskenteli vuonna 1995 yhteensä noin 50 000-90 000 henkeä riippuen käytetystä rajauksesta. Opetusministeriössä (1999, 6-14) laaditun selvityksen mukaan Suomessa työskenteli kulttuuriteollisuuden toimialoilla samana vuonna lähes 86 000 henkilöä, mikä oli

noin 4,4 % koko työllisestä työvoimasta. Työntekijämäärillä mitattuna suurimpia kulttuurialan työllistäjiä olivat kirjastot, arkistot, radio- ja televisiotoiminta sekä näyttämö- ja konserttitoiminta. Merkittävänä alan työllistäjänä on myös joukkoviestintä, joka sisältää teollisesti monistettavia kulttuurialoja tai -tuotteita, kuten kirjoihin, äänitteisiin ja elokuvaan liittyvää toimintaa. Varsinkin graafinen joukkoviestintä eli kirjoihin, aikakaus- ja sanomalehtiin sekä muihin painotuotteisiin liittyvä toiminta on suuri työllistäjä. (Niskanen, Pirinen & Kotro 1998, 5; Kohvakka 1999.)

Numeroiden valossa kulttuuriteollisuus näyttää yhä vaikutusvaltaisemmalta talouden sektorilta. Kulttuuriteollisuuden kaikki taloudelliset heijastusvaikutukset eivät kuitenkaan ole empiirisesti mitattavissa tai laskettavissa. Joissakin tutkimuksissa on arvioitu, että alan välilliset, pitkällä aikavälillä realisoituvat symbolis-taloudelliset merkitykset ovat suoria talousvaikutuksia merkittävimpiä.

Talousvaikutusten mittaaminen - esimerkkinä kulttuuri-tapahtumat

Kulttuuriteollisuuden taloudelliset vaikutukset voivat olla moninaisia ja ne voidaan jakaa (1) konkreettisesti mitattaviin ulottuvuuksiin ja (2) tulkinnallis-prosessuaalisiin merkityksiin. Molemmat näkökulmat nousevat esille esimerkiksi kulttuuritapahtumien talousvaikutusten tarkastelun yhteydessä. Kulttuuritapahtumat edustavat kulttuuriteollisuutta ja niiden määrän on nähty olevan kasvussa niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa viimeisten vuosikymmenien aikana (esim. Frey 1994). Seuraavaksi pureudun kulttuuriteollisuuden taloudellisiin vaikutusulottuvuuksiin nimenomaan kulttuuritapahtumien näkökulmasta, jotka toimivat 'kulttuurin' ja 'talouden' moniulotteisen vuorovaikutussuhteen jäsentämisen teoreettis-metodologisena heijastuspintana.

Kulttuuritapahtumista ja -festivaaleista on tehty runsaasti toisistaan poikkeavia määritelmiä. Eri yhteyksissä niistä on käytetty vaihtoehtoisia englanninkielisiä käännöksiä *art events* tai *art festivals* (Getz 1997, 8-11). Suomenkieleen on vakiintunut festivaalin käsite, joka voidaan

yleisesti määritellä ohjelmistoon sidotuksi, kertaluonteiseksi ja määräajoin toistuvaksi paikallisyhteisön arjesta poikkeavaksi 'juhlatapahtumaksi' tai yleisötilaisuudeksi, joka koostuu taiteellisista esityksistä, viihdestä, yleisestä huvittelusta ja ilonpidosta. Se voidaan ymmärtää erääksi sosiokulttuuristen aktiviteettien institutionalisoituneeksi muodoksi, joka muodostaa kanavan kollektiivisesti jaetulle taiteelliselle, sosiaaliselle ja symboliselle viestinnälle (Isar 1976; Getz 1997).

Kulttuuritapahtumat täydentävät kaupunkien muuta kulttuuritoimintaa ja niiden määrä on ollut kasvussa kaikkialla Euroopassa (ks. esim. Frey 1994). Myös Suomi on tänä päivänä paitsi tuhansien järvien maa myös satojen kulttuurifestivaalien valtakunta. Useimmissa suomalaisissa kaupungeissa tai kunnissa järjestetään vuosittain kulttuuritapahtuma, josta on muodostunut paikkakunnalle vakiintunut ja odotettu perinne. Suomi on kansainvälisen mittapuun mukaan kesäisten kulttuuritapahtumien maa, sillä maan väkilukuun nähden erilaisten kesätapahtumien määrä on varsin suuri.

Kulttuuritapahtumien yleistymisen myötä myös niitä koskevien talousanalyysien määrä on lisääntynyt. Tapahtumien taloudellisista vaikutuksista ja merkityksistä on tehty vuosien varrella runsaasti tutkimuksia erityisesti kulttuurin taloustieteen (*cultural economics*) piirissä. Tavallisesti tapahtumilla on todettu olleen paikallistalouksien kasvun ja kehityksen kannalta huomattavia vaikutuksia. Näin on havaittu muun muassa Kanadassa (Mitchell & Wall 1989; Mitchell 1993), Britanniassa (Vaughan 1980), Irlannissa (O'Hagan 1992) Ruotsissa (Bohlin & Ternhag 1990; Aldskogius 1993) ja Yhdysvalloissa (Gazel & Schwer 1997). Myös Suomessa on tehty monia aiheetta käsitteleviä tutkimuksia ja selvityksiä (esim. Sairanen 1988; Karjalainen 1991; Ilmonen & Kaipainen & Tohmo 1995; Cantell 1993, 1996, 1998, 2003; Tyni & Aho 1999). Kotimaisten ja kansainvälisten tutkimusten valossa kulttuuritapahtumien paikallistaloudelliset vaikutukset ovat huomattavia ja tulokset ovat tässä suhteessa olleet hyvin positiivisia. Jatkossa artikkelini tarkastelunäkökulma kohdistuu siihen, (1) miten tapahtumien taloudellinen vaikuttavuus voidaan osoittaa ja (2) mitä talousvaikutuksia koskevien tulosten valossa voidaan päätellä kulttuuriteollisuuden, talouden ja aluekehityksen suhteen näkymättömästä dynamiikasta.

Kulttuuritapahtumien talousvaikutusanalyysille on ollut leimallista, että ne ovat pääsääntöisesti keskittyneet laskemaan tapahtumasta aiheutuvia suoria ja epäsuoria talousvaikutuksia. Suorilla talousvaikutuksilla on viitattu tapahtumista välittömästi aiheutuviin paikallistaloudellisiin tulovaikutuksiin, jotka syntyvät esimerkiksi henkilökunnan palkkauksesta, lipputuloista, tilavuokrista sekä muista tapahtuman järjestelyyn liittyvistä hankinnoista. Epäsuorat vaikutukset syntyvät puolestaan tapahtuman aiheuttamasta välillisestä paikallistalouteen kohdistuvasta kulutuksen lisääntymisestä. Paikallistalouteen (erityisesti vähittäiskauppaan) kohdistunut lisääntyvä kulutus kasvattaa tuotteiden ja palveluiden kysyntää, mikä aiheuttaa ostovoiman lisääntymistä erilaisten kerrannaisvaikutusten kautta. (esim. Vaughan 1980; Mitchell & Wall 1989.)

Menetelmällisesti kulttuuritapahtumien talousvaikutusten tutkimisessa on ollut tavanomaista se, että tutkimuksen pääkohteena ja tavoitteena on ollut tapahtumissa vierailevan yleisön kulutuskäyttäytymisen mittaaminen eli sen laskeminen, kuinka paljon rahaa on käytetty majoitukseen, kauppoihin, ravintoloihin, huoltamoihin, kuljetuksiin, konsertteihin jne. Tutkimusaineistona on yleensä käytetty yleiskyselyjä, joiden avulla on arvioitu kulttuuritapahtumien yhteydessä kulutettuja rahamääriä. Eri kulutuskohteista on tämän jälkeen laskettu esimerkiksi päiväkohtaiset keskiarvot, joiden perusteella on arvioitu kulttuurivieraiden kokonaiskulutus ja vaikutukset aluetalouteen. Yleisön kulutuksesta aiheutuneita taloudellisia seurannaisvaikutuksia on tapahtumatu-
tutkimuksissa yleensä laskettu kertoimien (*multiplier*) avulla. Ekonometrisenä kaavana on käytetty panos-tuotos -mallia (*input-output model*), joka pyrkii jäljittämään tilastollisten metodien avulla kulutuksen kiertoa paikallistaloudessa ja määrittämään suhdeluvun eli kertoimen avulla sen, kuinka paljon jokaisella "kulutuskierroksella" alueelle syntyy taloudellisia vaikutuksia. Panos-tuotos -mallin käyttökelpoisuutta talousvaikutusten analyysissä on perusteltu muun muassa kustannusten säästöllä sekä kvantitatiivisen aineiston keruun nopeudella. Lisäksi mallin avulla on pyritty tuottamaan 'objektiivista empiiristä tietoa' kulttuuritapahtumien talousvaikutuksista. (esim. Vaughan 1980; Sairanen 1988; Mitchell & Wall 1989; Bohlin & Ternhag 1990; Mitchell 1993; Gazel & Schwer 1997.)

Yleisön kulutuskäyttäytymiseen perustuneet talousvaikutusanalyysit ovat olleet runsaasti ristiriitoja herättävä tutkimusteema. Puffelen (1996) on kutsunut kulutusvaikutusten mittaamiseen pohjautuvia kerroinanalyysijä konventionaalisiksi talousvaikutustutkimuksiksi (*conventional economic impact studies*). Kritiikissään hän on kyseenalaistanut yleisön kulutuskäyttäytymisen ja aluetaloudellisten vaikutusten analyytisen suhteen. Arvostelu on kohdistunut muun muassa kulttuurin määrittelyyn, (tilaus)tutkimusten tarkoitushakuisuuteen, tapahtumien negatiivisten vaikutusten laiminlyöntiin sekä yleisön matkustusmotiivien epäkriittiseen arviointiin (eli voidaan kysyä, onko paikkakunnalle saavuttu nimenomaan tapahtuman vuoksi) (ks. Hansen 1995). Nähdäkseni kulttuuritapahtumien talousvaikutusanalyysien perusongelmat kiinnittyvät laajemmin myös tutkimusasetelmien kaipa-alaisuuteen ja metodologiaan; teorianmuodostukseen, tutkimusmetodien valintaan sekä tieteellisten päättelyketjujen muodostamiseen. Kyse on paitsi kulttuuritapahtumista myös laajemmin kulttuuriteollisuuden aluetaloudellisen dynamiikan hahmottamisesta.

Tapahtumien ja alueiden välisiä rahamääräisiä riippuvuussuhteita on yleensä kuvattu perinteisen *economic impact* -tutkimuksen analyttisessä kehikossa. Kehikko-termi on tässä yhteydessä sikäli osuva, että talousvaikutukset on pyritty kahlitsemaan empiirisesti rajattuun, rahavirtojen kierron suhteen suljettuun paikallistaloudelliseen järjestelmään. Samalla rahan kierto, kuluttajien preferenssit sekä palvelujen tuottajat on määritelty mitattaviksi ja laskettaviksi joukoksi muuttujia, joiden keskinäissuhteiden keskiarvojen ja johdettujen kertoimien perusteella on todisteltu kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tietynä aikana tietyssä paikassa. Paikallistalous on nähty ikään kuin suljettuna laboratoriona, jota voidaan tutkia ilman kokonaisprosessin tarkastelua.

Kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia koskevien tutkimusten lähestymistapa rinnastuu empiristisiin ja positivistisiin lähestymistapoihin. Yhteiskuntatieteissä positivismiin yleisinä tunnusmerkkeinä on pidetty metodologista individualismia, matemaattista täsmällisyyttä ja tieteen arvovapautta (Töttö 1987, 45). Tapahtumatutkimuksissa kulttuurin taloudellinen arvo on määrittynyt yleisön rahankäyttöä lasket-

taessa kategorisesti hinnaksi tai kustannukseksi, joka on rahassa mitattavissa ja yleistettävissä. Kulttuurilla on kuitenkin hinnan tai ulkoisen käyttöarvon lisäksi myös muita sisäsyntyisiä arvoja (mm. makuihin ja tyyleihin kiinnittyvät esteettiset, spirituaaliset, sosiaaliset ja eksistenssiarvot), joilla on myös laskennallisten kaavojen ulottumattomissa olevia taloudellisia merkityksiä. Nämä vaikeasti hahmottavat prosessuaaliset tekijät ovat jääneet pääsääntöisesti kulttuuritapahtumien talousvaikutusanalyysien ulkopuolelle. Kulttuurin taloudellinen arvo on pelkistynyt lähinnä laskennalliseksi suureeksi, ei prosessuaaliseksi, näkymättömäksi yhteiskunnalliseksi voimaksi ja taloudellista kehitystä generoivaksi dynamoksi.

Teknisen rationaliteetin periaatetta noudattaneiden ja kulutuksen mittaamista painottaneiden tapahtumatutkimusten perusongelmat ovat liittyneet paitsi tutkimusongelman luonteen rajaukseen myös siihen, mihin kysymyksiin tutkimuksissa on pyritty vastaamaan. Tapahtumien talousvaikutuksia on osoitettu euron tai dollareina laskettavina määrinä, jolloin on ensisijaisesti haluttu tietää, *miten paljon* kulttuuritapahtuma tuottaa alueille uutta tuloa. Tötön (2000, 75-77) metodologiseen ajatteluun tukeutuen määrää ilmentäviin *miten paljon* -kysymyksiin vastaaminen edellyttää kuitenkin aina myös *mitä* -kysymykseen vastaamista. *Mitä* -kysymykset ovat tutkimusongelmien määrittelyn ja teorioiden muodostamisen perimmäisiä johtolankoja, jotka kuvaavat ilmiön luonnetta, ominaisuuksia, eri tasojen välisiä suhteita, sosiaalisia käytäntöjä ja ylipäänsä yhteiskunnallisen muutoksen dynamiikkaa. *Mitä* -kysymykset ovat teoreettisesti latautuneita, joka on usein aineistokeskeisissä empiristisissä tapahtumatutkimuksissa jäänyt vähälle huomiolle.

Kun kyse on kulttuuritapahtumien taloudellisista vaikutuksista, tulisi tutkijan ensimmäisenä selvittää se dynamiikka, jonka seurauksena talousvaikutuksia syntyy. Olisi kysyttävä: *mitä* taloudellinen vaikuttavuus todella sisältää ja millä perustein? Tuon dynamiikan kuvaus on pääsääntöisesti jäänyt kulutuskeskeisissä tapahtumatutkimuksissa pinnalliselle ja epäkriittiselle tasolle. Tutkimukset ovat sisältäneet eksplisiittisen tai implisiittisen taustaolettamuksen kulutuksen ja talousvaikutusten välillisistä mekanismeista ja kausaalisuhteista. Siksi kulu-

tuksen ulkopuoliset taloudellista vaikuttavuutta tai merkittävyyttä ilmentävät ulottuvuudet ovat jäänet pääsääntöisesti analyysien ulkopuolelle tai toteamuksen tasolle.

Kokonaisvaltaisuuden vaatimus kulttuuritapahtumien talousvaikutusten tarkastelussa kytkeytyy sekä tutkimusmetodologiaan että käsitteisiin. Menetelmällisesti tarvitaan sellaisia tartuntapintoja, jotka ilmentävät kulttuurin ja talouden suhteen tulkinnallista luonnetta ja hybridistä toisiinsa kietoutuneisuutta. Eri kulttuurialojen, -palveluiden tai taidemuotojen kausaalisten talousvaikutusanalyysien rinnalle tulisi nostaa prosessuaalinen näkökulma, jonka mukaan kulttuurin ja talouden suhde määrittyy paitsi mitattavana suurena myös abstraktilla tasolla vaikuttavana yhteiskunnallisena ilmiönä. Tällöin kulttuurin ja talouden dynaamisen suhteen ytimessä voidaan kulutuksen rinnalla nähdä mielikuvien, merkkien ja imagojen tuotantoon sekä luovuuteen liittyvät kontekstuaaliset tulkinnat ja prosessit. Kysymys on kulttuuriteollisuuden talousvaikutusten kokonaisvaltaisesta hahmottamisesta.

Kulttuurinen symbolitalous

Kulttuuriteollisuuden ja -tapahtumien (näkymättömät) prosessuaaliset taloudelliset merkitykset kytkeytyvät symbolitaloudesta ja luovista alueista käytävään keskusteluun. Symbolitaloudessa esteettisyys, tarinat, retoriikka ja semiotiikka muodostavat usein kulttuuristen tuotteiden, palveluiden ja alueiden taloudellisen arvon, mikä määrittyy tulkinnallisten konstruktioiden kautta.

Symbolitaloudelle on Zukinin (1995) mukaan leimallista imagojen ja tuotteiden symbioosi, kulttuurin tuotteiden puhuttelevuus representaatioiden ilmentyminä sekä imagojen myynti ja markkinointi kansallisilla ja globaaleilla markkinoilla. Kulttuuriteollisuuden ja -kulutuksen kasvu ilmentää hänen mukaansa nimenomaan symbolitalouden kasvua, jolle on leimallista uusien visuaalisten representaatioiden tuottaminen jatkuvasti uusiutuvassa kaupunkitilassa. Symbolitalous on Zukinin ajattelussa kulttuurin ja talouden toisiinsa sitova käsite. Se on enemmän kuin kulttuuripalveluiden ja -tuotteiden ja niihin liittyvän kysynnän summa. Symbolitalouden käsitteen kautta

symboleja ja representaatioita tuottava kulttuuri kytkeytyy moniulotteisesti taloudelliseen tuotantojärjestelmään; kulutukseen, markkinointiin, elämäntapoihin, arvoihin, identiteettien tuottamiseen, esteettiseen tilallisuuteen sekä vallankäyttöön.

Symbolitaloudessa kulttuuritapahtumien, -tuotteiden ja -palveluiden taloudellinen merkitys kytkeytyy merkkiarvoista (*sign value*) käytyyn keskusteluun. Merkkiarvo viittaa siihen, että tuotteille voidaan konstruoida elämäntapoja ja identiteettejä muokkaavia symbolisia merkityksiä. Mainonta ja tuotteiden design muotoillaan yhä useammin tiettyjä elämäntyyliä silmällä pitäen, joiden avulla identiteettejä konstruoidaan. Baudrillard on tähdentänyt hyödykkeiden merkkiarvojen keskeisyyttä juuri kulutukseen nähden. Hänestä 'merkkien leikki' (*play of signs*) on muodostunut yhteiskuntien sosiaalisen vuorovaikutuksen hallitsevaksi muodoksi. Tällöin merkkien logiikka tai imagoarvot muodostuvat tuotteiden taloudellisen arvon keskeiseksi perusteeksi. Merkit dominoivat kulutusta pikemminkin kuin kuluttajien tarpeet. Samalla mainonta luo uusia tarpeita, haluja ja mieltymyksiä kuluttajille, joilla ei ole paljoakaan tekemistä hyödyn tai biologisten tarpeiden tyydyttämisen kanssa. Tämä ei ole tapahtunut sattumalta, vaan kyse on Baudrillardin mukaan kapitalistisen yhteiskunnan sosiaalisten suhteiden uusintamisesta. (Sayer, 1997, 19-23; Nixon 1997, 184). Myös Lash ja Urry (1994, 4 ja 15) ovat nostaneet vuonna 1994 ilmestyneessä teoksessaan *Economy of Signs and Space* esille sen, että jälkiteollisessa postmodernissa symbolitaloudessa tuotetaan materiaalistien hyödykkeiden sijaan yhä enemmän merkkejä, jotka ovat kognitiivisia ja/tai esteettisiä sisällöltään. Tuotannon estetisoituminen ilmenee erityisesti design-intensiivisessä tuotannossa, kuten vaate-, kenkä-, huonekalu- ja autoteollisuudessa.

Symbolitalouden (eli kulttuuristen symbolien ja talouden) välittävänä mekanismina on viestintä, jonka kautta synnytetään yhteisesti jäsennettyjä, jaettuja ja koettuja kulttuurisia maailmoja. Kulttuurinen järjestys toistetaan yhä uudestaan erilaisilla talouden toiminta-areenoilla. Se ilmenee kertomuksina, arkkitehtuurina, mainoksina, uutisina tiedotusvälineissä jne. (Karvonen 1999, 48). Viestinnän käyttämä mediateknologia synnyttää uusia kuvitteellisia tiloja (*imaginary space*), joita

erilaisten tuotteiden ja palvelujen markkinointi luo ja ylläpitää (Morley & Robins 1995, 31). Kuvitteellisten tilojen ja imagoteollisuuden heijastuspintana toimii muun muassa audiovisuaalinen mainonta, joka luo jatkuvasti uusia vetovoimaisia mielikuvatodellisuuksia ja fantasia-maailmoja. Näissä maailmoissa toden ja epätoden välinen raja hämärtyy. Olennaista on, että ne vetoavat tunteisiin ja puhuttelevat valittuja kohderyhmiä.

Symbolitalouden logiikkaa toteuttavaan viestintään liittyy kulttuurin ja mielikuvien tietoinen sekoittaminen ja yhdistely. Rolf Jensenin (1999) mukaan tulevaisuuden kertomusyhteiskunta (*dream society*) ammentaa sisältöä 'tarinoista', jotka puhuttelevuudellaan luovat kuvitteellisia tiloja, vetoavat tunteisiin ja toimivat pragmatisoituneen ja rationalisoituneen yhteiskunnan vastavoimina. Karvonen (1999, 17) puolestaan puhuu mielikuvayhteiskunnasta, jolla hän viittaa siihen, että mielikuvallisista seikoista on tullut nykyisissä länsimaisissa jälkiteollisissa länsimaisissa yhteiskunnissa keskeinen menestystekijä mille tahansa organisaatiolle, asialle, henkilölle tai alueelle.

Miten sitten symbolitalouden kasvu tarinoineen ja mielikuvineen kytkeytyy kulttuuriteollisuuden aluetaloudelliseen merkittävyyteen tai kulttuuritapahtumien taloudellisiin vaikutuksiin? Yritykset, alueet, kaupungit sekä monet erilaiset julkishallinnolliset ja aatteelliset organisaatiot ponnistelevat tuottaakseen itsestään positiivisen mielikuvan erilaisten brandien ja niiden ympärille rakennettujen tarinoiden avulla. Samalla kulttuuriteollisuudesta ja -tapahtumista on muodostunut eräs merkittävimmistä keinoista antaa tuotteesta, alueesta tai kaupungista ainutlaatuinen ja vetovoimainen vaikutelma.

Alueelliset imagot ovat muodostuneet yhä keskeisimmiksi alueiden ja kaupunkien kilpailukyyn vahvistajiksi ja aluetalouden menestystekijöiksi (Oatley 1998). Ainutlaatuiset tarinat ja teemat luovat alueille imagollista kilpailuetua, jolla ne erottuvat kilpailijoistaan. Paikkojen markkinoinnin lisääntyessä kulttuuriteollisuus on muodostunut erääksi alueiden elinkeinopolitiikan ja kaupunkien strategisen kehittämistyön osa-alueeksi. Alueiden kilpailukyyn kannalta on olennaista, että niihin liitetään mielikuvien tasolla 'merkityksellisiä tarinoita' (*meaningful stories*), koska ne tuottavat alueille 'semioottista etua'

(Kotler ym. 1999, 167; Danielzyk & Wood 2001, 70). Kulttuuria ja kulttuuritapahtumia on käytetty merkityksellisten kaupunkitarinoiden ja -teemojen rakennusaineena ja siksi kulttuuriteollisuus on noussut yhä keskeisempään asemaan kaupunkiseutujen strategisessa imagojen hallinnassa (*strategic image management*) (Kotler ym. 1999, 161).

Monet kaupungit ja alueet ovat hakeneet kulttuurista imagollista erottautumisen keinoja. Tällöin markkinoinnissa on usein tukeuduttu teemoihin, joihin on ammennettu sisältöä alueen kulttuurisista erityispiirteistä. Kotlerin ym. (1999, 45–46) mukaan esimerkiksi Irlannissa sijaitsevan Limerickin kaupungin imagollisen arvonlisäysprosessin lähtökohdat ovat olleet nimenomaan kulttuurisia. Paikallinen runous, musiikki, laulu ja tanssi ovat muodostaneet alueen markkinoinnin keskeiset teemat, jotka on kytketty alueella toimineisiin merkkihenkilöihin (James Joyce, Samuel Beckett, Oscar Wilde). Heidän nimetään on käytetty monipuolisesti hyväksi alueen markkinointipyrkimyksissä.

Myös suuret kulttuuritapahtumat ja -festivaalit ovat olleet keskeisessä roolissa kaupunkien kulttuurivetoisissa uudistamisstrategioissa. Hittersin (2000, 190–191) mukaan tapahtumat ovat olleet luonteeltaan ideaalisia kaupunkien kulttuuriohjelmien toteuttajia, koska ne parantavat toiminnoillaan kaupunkien kulttuuri-infrastruktuuria, tarjoavat mahdollisuuksia taiteellisille kokeiluille, eivät ole täysin riippuvaisia julkisesta rahoituksesta ja houkuttelevat suuria yleisömääriä sekä yritysysteistyökumppaneita. Niiden sisään on täten rakentunut samanaikaisesti sekä taiteellisen toiminnan edistämispyrkimykset, kaupungin markkinointi, elinympäristön laadun parantaminen sekä taloudellisen toiminnan vireyttäminen.

Kulttuurista on tullut monissa Euroopan kaupungeissa osa paikkakuntien markkinointia niiden pyrkiessä houkuttelemaan alueilleen uusia asukkaita, yrityksiä ja matkailijoita. Vetovoiman ja imagon kohentamisen lisäksi paikkojen markkinoinnin (*place marketing*) ja niitä tukevien kulttuuriprojektien kunnianhimoisena tavoitteena on ollut muun muassa rikollisuuden vähentäminen ja asukkaiden elämänlaadun parantaminen. Kehitys voidaan laajassa mielessä ymmärtää yhdeksi symbolitalouden hegemoniseksi diskurssiksi, joka perustuu kulttuu-

rin, kaupallisuuden ja imagojen liittoon. Sen ohjaamiseksi ja strategiseksi säätelämiseksi kaupunkien ja alueiden elinkeinopolitiikassa on kiinnitetty yhä enemmän huomiota. (Robins 1997, 31; McCarthy 1998; Äikäs 2001, 255.)

Kulttuurin imagollista merkitystä ovat vahvistaneet myös havainnot, joiden mukaan yritysten ja investointien houkuttelussa sekä sijaintipäätöksissä kulttuuriin pohjautuvilla 'pehmeillä' vetovoimatekijöillä on kasvava merkitys (Fisher 1994). Esimerkiksi Saksassa on osoitettu, että yritykset tekevät sijoittumispäätöksiä osittain alueellisen imagon ja ns. yhdyskuntien pehmeiden arvojen perusteella (Ilmonen 1992, 120; Dziembowska-Kowalska & Funck 1999). Pehmeät yhdyskuntatekijät liittyvät kulttuuriin sekä laajemmin alueen vapaa-ajan viettomahdollisuuksiin ja koulutustarjontaan. Kulttuurin vetovoimatekijöistä johtuen monet keskieurooppalaiset kaupungit ovat pyrkineet luomaan itselleen uudenlaista, yrityksiä kiinnostavaa 'pehmeämpää imagoa', joka perustuu osittain kulttuuriin ja taiteeseen.

Samasta syystä Florida (2002) on päätellyt, että suorien yritystukien sijaan kilpailukyvyyn ja osaamisen tason lisäämiseen pyrkivien alueiden ja kaupunkien tulisi kiinnittää entistä enemmän 'strategista huomiotaan' kulttuurista diversiteettiä tuottavan toimintaympäristön kehittämiseen, uusiin ja vaihtoehtoisin elämäntyyli-mahdollisuuksiin, vapaa-ajan palveluihin sekä avoimen, "kumouksellisen" ilmapiirin luomiseen. Nämä ovat Floridan mukaan tekijöitä, jotka houkuttelevat luovissa ammateissa toimivia osaajia alueille sekä stimuloivat alueille luovaa kehittämisen eetosta, millä on ensiarvoisen tärkeä merkitys alueiden kilpailukyvyyn ja taloudellisen menestyksen kannalta pitkällä aikavälillä. Taide- ja kulttuuripalveluihin investoiminen on näin ollen osa kokonaisvaltaista elinkeinopolitiikkaa, jonka peruslähtökohtana on luovalle pääomalle suotuisan infrastruktuurin luominen.

Kaiken kaikkiaan kulttuuri-imagojen vahvistuminen alueiden elinkeinopolitiikassa ilmentää symbolitaloudellista prosessia, jossa kulttuuri nähdään aluetalouden eräänä menestystekijänä ilman, että sen merkitystä pystytään laskennallisesti empiirisesti osoittamaan tai mallintamaan. Kulttuurin luomat strategisesti tärkeät 'merkitykselliset tarinat' eivät ole redusoitavissa rahavirtojen kiertokulun logiikkaan.

Siksi kokonaisvaltaisissa talousanalyysissä tulisi huomioida kulttuuriteollisuuden tai -tapahtuman mitattavan taloudellisen vaikuttavuuden lisäksi myös kulttuurisesti välittyneen symbolitalouden merkittävyys.

Kulttuuri ja luova toimintaympäristö

Symbolitalouden prosessuaalinen luonne liittyy läheisesti myös luovista alueista ja luovuuden klusteroitumisesta käytyyn keskusteluun. Tunnetussa teoksessaan *The Rise of the Creative Class* Richard Florida (2002) kuvaa yhteiskunnallista muutosta, jossa luovuus on muodostunut talouselämän ja alueiden kehityksen ytimessä vaikuttavaksi alkuvoimaksi. Florida tarkastelee moniulotteisesti kokemuksiin ja tilastoanalyysieihin nojautuen prosesseja, joissa luova talous ohjaa ammatikuvien muodostumista, työn sisältöjä, elinympäristöön viihtyisyyteen vaikuttavia olosuhteita, elämäntyytlejä, tottumuksia, arvoja sekä identiteettien muodostumista. Floridan perusargumenttina on, että luovuudesta on muodostunut yhteiskunnallinen eetos, selviytymisen ja menestymisen oljenkorsi tai edellytys, jonka kautta alueiden kilpailukyky viime kädessä kehittyy.

Luovuus ja luovuuden eetos leimaa Floridan (2002) mukaan yhä enemmän aikamme teknologisoituneita markkinatalousyhteiskuntia. Siitä on muodostunut paitsi yksilöiden myös kokonaisten yhteiskuntien ja alueiden ”kulttuurin fundamentaalinen henki”, ilmapiiiri tai uusi hegemoninen kertomus, jonka mukaan selviytyminen, menestys, vauraus ja taloudellinen kasvu perustuvat yhä enemmän uusien ideoiden ja symbolien tuottamiseen. Elämme Floridan mukaan luovuuden aikakautta (*creative age*), jossa luovuus ilmenee paitsi yksilöllisenä neroutena myös yhteiskuntien ja aluetalouksien kehitysdynamiikkaa yhä enemmän muovaavana sosioekonomisena prosessina. Tästä syystä luovuus on nostettu alueellista kehittämistä koskevissa tutkimuksissa yhdeksi menestyksen ja kilpailukyvyn indikaattoriksi.

Luovien alueiden rinnakkaiskäsitteinä on tutkimuksissa käytetty luovan kaupungin (*creative city*), luovien klustereiden (*creative clusters*), luovan talouden (*creative economy*), luovan teollisuuden (*creative*

industries) ja luovan luokan (*creative class*) käsitteitä (Caves 2000; Bilton & Leary 2002; Florida 2002; Tepper 2002). Kaikilla on viitattu luovaan toimintaympäristöön, joka mahdollistaa uusien ideoiden ja innovaatioiden synnyn ja leviämisen. Luova aluetalous on monien tutkijoiden mukaan muodostunut hyvinvoinnin ylläpitämisen ja taloudellisen kasvun keskeiseksi lähtökohdaksi. Uusista ideoista, luovuudesta ja osaamisesta on tullut ikään kuin uusia tuotannontekijöitä ja samalla kuluvan vuosituhatteen merkittävimpiä kilpailutekijöitä alueille. On esitetty, että sellaiset alueet menestyvät tulevaisuudessa, jotka ovat luovan kapasiteettinsa suhteen riittävän omavaraisia ja riippumattomia. (Tepper 2002, 160.)

Kulttuuriteollisuus, aluetalous ja luovuus kytkeytyvät moniulotteisesti toisiinsa. Ensinnäkin kulttuurinen elinvoimaisuus ja moniarvoisuus houkuttelevat alueille ns. luovissa ammateissa toimivia osaajia. Luoville ammattialoille on ominaista kulttuuristen ideoiden ja symbolien manipulointi. Toiseksi alueiden kulttuurin toimijat, esimerkiksi kulttuuriteollisuuden yrittäjät, suunnittelevat tuotteita, jotka itsessään ovat luovien prosessien aikaansaannoksia (Landry 2000; Florida 2002). Kolmanneksi kulttuurisesti moniarvoinen ilmapiiri ja luovat verkostot toimivat luovan ajattelun sekä uusien ideoiden tuottamisen kasvualustana ja innostavana ärsykkeenä. Tätä tukee myös useissa tutkimuksissa esitetty johtopäätös, jonka mukaan luovalla teollisuudella on taipumus klusteroitua. Kulttuuriteolliset instituutiot synnyttävät alueille uusia luovien toimialojen tihentymiä, jotka generoivat innovatiivisuutta myös muille toimialoille. Eri toimintojen alueellinen läheisyys mahdollistaa luottamukseen, virikkeellisyys- ja strategiseen kumppanuuteen perustuvan sisäsyntyisen sosiaalisen vuorovaikutuksen sekä kollektiivisen oppimisprosessin. Kehämäisenä prosessina luovien teollisuudenlojen tihentymä luo dynaamista kehittämisilmapiiriä, joka synnyttää uusia ideoita, innovaatioita, houkuttelee osaajia sekä vaikuttaa yritysten investointihalukkuuteen (Turok 2003).

Kulttuurin, luovuuden ja symbolitalouden välillä vallitsee kompleksinen vuorovaikutussuhde. Kulttuurinen moniarvoisuus ja syvyys, esteettinen omaleimaisuus, luovuutta stimuloiva kulttuurinen ilmapiiri ja merkitykselliset tarinat vaikuttavat paikkakunnan taloudelli-

seen menestykseen näkymättöminä voimina aivan yhtä olennaisesti kuin mikä tahansa muu yritystoiminnan 'kovista' perusedellytyksistä. Floridan (2002, 44) ja Landryn (2000, 33) mukaan pääomavirrat, raaka-aineet, liikenneyhteydet, työvoiman saatavuus eivät ole 2000-luvun kaupunkien, alueiden ja yritysten kilpailukyvyyn ja menestyksen kannalta yhtä keskeisiä kuin luovuus.

Luovuus on empiirisesti haasteellinen ja vaikeasti operationalisoitava käsite. Luovan alueen ja kulttuuriteollisuuden taloudellisten yhteyksien analyysi ei tyhjene kulutuksen tai rahamäärien mittaamiseen, kuten esimerkiksi kulttuuritapahtumien talousvaikutustutkimuksissa on tehty. Luovuuden, kulttuurin ja aluetalouden dynamiikan välillä vallitsee prosessuaalinen, moniulotteinen ja hybridinen suhde, jonka tutkiminen edellyttää joustavia ja holistisia teoreettis-metodologisia lähestymis-tapoja.

Kulttuurin ja talouden hybridinen luonne

Artikkelissani olen osoittanut kulttuurin ja talouden keskinäissuhteen analyttisen ja teoreettisen erottamattomuuden sekä prosessuaalisen luonteen symbolitalouden ja luovan alueen käsitteiden näkökulmista. Seuraavaksi kuvaan teoreettis-metodologisesti sitä prosessia, jonka välityksellä kulttuuri ja talous kytkeytyvät hybridisesti toisiinsa. Hybridisyys toimii perusteluna sille, miksi kulttuuriteollisuuden ja aluetalouden suhde palautuu viime kädessä niiden arvoista käytävään keskusteluun.

'Taloudellinen' ja 'kulttuurinen' todellisuus on perinteisesti nähty eri tieteenaloilla keskenään ristiriitaisiksi ja toisiinsa nähden analyttisesti (ja ontologisesti) yhteen sopimattomiksi (*as somehow mutually incompatible*) kategorioiksi (Du Gay 1997, 1). Kulttuurin käsitteeseen on usein liitetty sisäisen autonomian ajatus, jota ovat ilmentäneet taiteen, kauneuden, autenttisuuden ja totuuden jalot arvot. Tutkimusten metodologioissa kulttuurinäkökulma on usein nostettu esille empiirisen havaintomaailman ja mittaamisen ulkopuolella vaikuttavina arvoina, konstruktioina, merkityksinä tai representaatioina. Näillä usein epäselviksi miellettyillä kulttuurisilla piirteillä ei ole (esimerkiksi perin-

teisessä talousmaantieteessä) nähty olevan yhteyksiä rationaalisuutta ja instrumentaalisuutta ilmentämään taloudelliseen todellisuuteen nähden (Jackson 2002).

Konventionaaliset yhteiskunta- ja ihmistieteiden lähestymistavat ovat liittäneet talouden termin 'kovaan' ja 'objektiiviseen' tietoon, jonka on oletettu liittyvän ilmeisen läpinäkyviin (*transparent*) ja faktuaalisiin (*factual*) materiaalisiin prosesseihin (Du Gay 1997, 2). Talouden logiikka on nähty itsemääräytyneenä (*self-determining*) ja kulttuurin sfääriin nähden erillisenä entiteettinä, joka toiminnallaan luo omat insituutionsa, rationaliteettinsa ja olemassaolon ehtonsa. Kuten Peet (1997) on todennut, taloudellisen toiminnan motiivit ja käytännöt on nähty järjestelmän funktionaalisen tehokkuuden sanelemaksi rationaaliseksi reaktioksi eikä historiallisesti, sosiaalisesti ja kulttuuri-
sesti kehittyneen prosessin aikaansaannokseksi. Talouden ja kulttuurin erillisyyttä puolustavia metodologioita ja käsitteen määrittelyjä on leimannut dualistinen ote, toiseuden logiikka, jossa moraalinen vs. taloudellinen, mentaalinen vs. materiaallinen, ideaalinen vs. todellinen, retorinen vs. todellinen, elämismaailma vs. elinolosuhteet tai symbolinen vs. instrumentaalinen ulottuvuus on nähty dikotomisina ja jyrkkärajaisina käsittepareina, mikä on heijastunut myös kulttuuriteollisuuden talousvaikutuksia koskevien tutkimusten metodologioihin. (Crang 1997, 4.)

Lähestymistavat ja näkökulmat kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhteen tarkastelussa ovat viimeisen vuosikymmenen aikana kuitenkin oleellisesti muuttuneet ja avartuneet. Monet aluetieteilijät ovat rakentaneet uudenlaista teoriaa talouden ja kulttuurin välisestä synteisistä ja toisaalta kritisoineet perinteisiä käsitteisiin sisällytettyjä dualismeja. Esimerkiksi Jackson (2002) on pyrkinyt haastamaan dualistisen ajattelumallin, jossa kulutus ja tuotanto, paikallinen ja globaali sekä kulttuuri ja talous nähdään toisistaan erillisinä talouselämän sfääreinä korostamalla näiden elementtien molemminpuolista konstituoitumista ja "fundamentaalista erottamattomuutta". Tämä ilmenee Jacksonin mukaan konkreettisesti muun muassa mainos- ja muotiteollisuuden kielessä ja markkinoinnissa.

Kulttuuriteollisuuden ja aluetalouden synteisiin liittynyt keskustelu on kytkeytynyt läheisesti myös postmodernismista käytyyn diskurssiin sekä ns. 'kulturalisaation teesiin' (*culturalisation thesis*) (Simonsen 2001). Näkökulmia ovat tällöin leimanneet talouden kulttuuristumisen argumentit, joissa symbolien tuotannon ja kulutuksen kiertokulku on kytkeyty prosessuaalisesti aluetalouteen. (Crang 1997; Simonsen 2001.) Talouden kulttuuristumiseen tai kulturalisaation teesi esiintyy muun muassa Rickhard Peetin (1997; 2000) teoriassa. Hänen mukaansa 'kulttuuristen' ja 'taloudellisten' sfäärien teoreettiseksi yhteenliittämiseksi ja analysoimiseksi tarvitaan "välittäviä käsitteitä" (*intermediate concepts*). Kulttuurin ja talouden teoreettinen sidos ilmenee Peetin mukaan imaginaarisuuden, symbolisoitumisen ja rationaalisuuden käsitteiden keskinäisessä riippuvuudessa. Analysoitaessa ja tulkittaessa kulttuuriteollisten tuotteiden yhteiskunnallista merkitystä tutkijoiden tulisi tarkastella kyseisten tuotteiden imaginaarisuutta, symboliikkaa ja rationaalisuutta ilmentäviä yhteiskunnallisia diskursseja ja konstruktioita. Käytännössä tämä ilmenee esimerkiksi alueiden ja tuotteiden markkinoinnin kielessä, poliittisessa retoriikassa tai erilaisissa kulttuuripoliittisissa diskursseissa, joissa kulttuurin taloudellisia arvoja puolustetaan, luodaan ja vahvistetaan.

Kuvitteellinen ja tulkinnallinen talous sekä tuotantojärjestelmä koostuu Peetin (2000) tulkinnan mukaan symbolisesta merkityksenannosta ja symbolisesta vallankäytöstä. Talous ei näin ollen ole ainoastaan materiaallinen entiteetti. Tai toisaalta yhteiskunnissa ei ole olemassa eristettyä ja puhdasta taloudellisten suhteiden järjestelmää, joka elää omassa todellisuudessaan, ekonolandissa (*Econoland*) (Peet 1997, 45). Talous on ennen kaikkea kulttuurisen tuotannon, symbolisen ja imaginaarisen todellisuuden läpäisemä kokonaisuus, toimintatapa, jonka kautta sosiaalinen järjestys muovautuu. 'Kulttuurisen' ja 'materiaalisen' tuotannon yhtymäkohta löytyy tällöin merkityksenannon ja subjektiivisuuden ulottuvuuksien kautta. Tutkimuksissa tulisi tällöin kysyä, kuinka symboliset merkitykset muovaavat talouselämää (tuotantoa, markkinointia, imagoja, luovuutta jne.) koskevia diskursseja ja arvoja.

Ajatusta vie eteen päin David Throsbyn (2001) diskursiivisuuden näkökulma. Hän kritisoi konventionaalista taloustiedettä yksilöllisten

preferenssien laiminlyönnistä ja arvojen universaalisuudesta. Throsby näkee arvon käsitteen taloustieteen ja kulttuurin käsitteen liitoskohdan ytimessä. Molemmilla kentillä, sekä taloudessa että kulttuurissa, *arvo* voidaan ymmärtää kannattavuuden ilmauksena, joka syntyy ja muodostuu dynaamisen ja vuorovaikutteisen neuvotteluprosessin tuloksena. Sekä taloudellinen että kulttuurinen arvo ovat näin ollen relationaalisia sopimuksellisia konstruktioita, jotka määrittyvät kontekstuaalisesti sosiaalisten prosessien kautta.

Taloustieteissä arvon käsite on perinteisesti liitetty taloudelliseen hyötyyn, hintaan tai kannattavuuteen, joita yksilöiden preferenssit sekä markkinat tuotteille ja palveluille määrittävät. Vastaavasti kulttuurin sisäsyntyisiksi (*self-referential and internally consistent values*) arvoiksi Throsby (2001, 28-29 sekä 84-85) on nimennyt esteettisen, spirituaalisen, sosiaalisen, historiallisen, symbolisen sekä autenttisen arvon. Arvoteorian pohjalta Throsby (2001, 48-50) näkee taloustieteen ja kulttuurin arvoja yhdistävänä tekijänä kulttuuripääoman (*cultural capital*) käsitteen, jolle hän antaa esimerkiksi Bourdieun määrittelystä poikkeavan merkityksen. Kulttuuripääoman käsite mahdollistaa samanaikaisesti sekä taloudellisten että kulttuuristen arvojen määrittelyn.

“We can define cultural capital as an asset which embodies, stores or provides cultural value in addition to whatever economic value it may posses” (Throsby 2001, 46).

Kulttuuripääoma voi olla konkreettista ja havaittavaa (*tangible*) tai abstraktia, ei-esineellistä todellisuutta (*intangible*). Ensin mainittu yhteys viittaa esimerkiksi rakennuksiin, paikkoihin, elinympäristöihin, taideteoksiin (kuten kuvataiteeseen ja kulttuuriperintökohteisiin). Jälkimmäisessä tapauksessa kulttuuripääoma ilmenee puolestaan uskomuksina, ideoina, toimintakäytäntöinä ja asenteina, jotka ovat yhteisiä tietylle ihmisryhmälle. Molemmilla kulttuuripääoman muodoilla on sekä taloudellista että kulttuurista arvoa, vaikka niiden välinen suhde ei ole aina laskettavissa tai sovitettavissa yhteen esimerkiksi kiistatommaksi hinnaksi. (Throsby 2001, 46-48.)

Caves (2000, 3) kutsuukin luovien teollisuudenalojen tuotteita ’kokemuksilliseksi hyödykkeeksi’ (*experience good*). Kulttuuriteollisten

tuotteiden kokemuksellisuuden arvo voi määräytyä konkreettisesti hinnan tai esimerkiksi luovuuden stimuloinnin kautta, mitä Floridan (2002, 162) näkökulmasta voidaan pitää kulttuuristen hyödykkeiden suurimpana arvona. Tällöin kulttuurisen taloudellisen arvon määrittelyssä tullaan kysymykseen siitä, mikä on luovuuden taloudellinen arvo. Luovuus sitoo käsitteenä kulttuurin ja talouden moniulotteisesti toisiinsa. Ilmiselvää on, että luovuudella on taloudellista arvoa, mutta tuota arvoa ei voida yksiselitteisesti mitata, havainnoida tai kausaalisesti osoittaa.

Kulttuuriteollisuuden hyödykkeet voidaan arvoteorian pohjalta nähdä myös sekatuotteina (*mixed good*), joihin kytkeytyy samanaikaisesti paitsi hinnan kautta laskettavia rahallisia arvoja myös laajempia, vaikeammin mitattavia ulkoisvaikutuksia (Hansen 1995, 316-317). Näitä ovat muun muassa imagoihin, identiteetteihin, esteettisyyteen, yhteiskuntakritiikkiin, kasvatukseen, luoviin ideoihin liittyvät tekijät, joiden taloudellisen arvon määrittäminen ei ole yksiselitteistä.

Kaiken kaikkiaan kulttuuriteollisuutta tai luovaa teollisuutta käsittelevät tutkimukset ovat yksimielisiä kulttuurisen tuotteen arvon määrittelyn suhteen siinä, että hyödykkeiden kulutuksesta on siirrytty nimenomaan kokemusten ja elämysten kulutukseen (esim. Pine II & Gilmore 1999). Tästä syystä kulttuurisen arvon määrittelyssä tulisi korostaa tulkinnallisen ja tilannesidonnaisen diskursiivisen konstruktion näkökulmaa, jossa kulttuurinen ja taloudellinen arvo kietoutuvat hybridisellä ja symbolisella tavalla toisiinsa.

Symbolisen kokemuksellisuuden ja sen välittämän alueellisen imagon rahamääräisen arvon mittaaminen ei ole redusoitavissa esimerkiksi kulttuuritapahtumatutkimuksissa käytettyjen panos-tuotos -mallien kautta erilaisia kerroinvaikutuksia mittaamalla, jolloin analyysi pelkistyy rahamääräisen kulutuksen mittaamiseen, ei tapahtuman symbolisen arvon tulkintaan, jonka merkitys voi olla paikallistaloudellisesti olennaisen tärkeää. Siksi konventionaaliset tapahtumatutkimukset tai kulttuuriteollisuuden taloudellista volyymia määrällisesti mittaavat tutkimukset tarjoavat suppean näkemyksen kulttuurista osana aluetalouden kehitysdynamiikkaa.

Lopuksi

Lukuisat tutkimukset ovat osoittaneet kulttuuriteollisuuden taloudellisen volyymin kasvaneen kuluneiden vuosikymmenten aikana. Samalla kulttuurisektori on nähty paitsi sivistisyhteiskunnan rakentajaksi, itseilmaisun foorumiksi ja henkisen kasvun vahvistajaksi myös yhteiskunnallisesti merkittäväksi tuotannontekijäksi ja työllistäjäksi. Samalla talouden ja kulttuurin erillisyyteen liittyvä adornolainen jännite ja ristiriita on vähitellen aikojen kuluessa kääntynyt uudenlaisen synteessin rakentamiseen. Kulttuuri ja talous nähdään yhä useammin toisiansa tukevinä ja vahvistavina prosesseina.

Kulttuuriteollisuuden taloudellisia vaikutuksia tarkastelleet tutkimukset ovat vahvistaneet yleistä näkemystä kulttuurin ja aluetalouden kehityksen keskinäisestä riippuvuudesta. Lukuisissa tutkimuksissa kulttuuriteollisuus on osoitettu kasvualaksi sekä yrittämisen että työllistymisen kannalta. Artikkelissani olen osoittanut, ettei kulttuuriteollisuuden aluetaloudellinen volyymi ilmene ainoastaan euroissa tai dollareissa laskettavana suurena. Toimiala- ja työllisyystilastojen, kulutuksen mittaamisen tai bruttokansantuotevertailujen rinnalle tarvitaan myös prosessuaalinen ja tulkinnallinen näkökulma kulttuuriteollisuuden aluetaloudellisen merkittävyyden osoittamiseksi. Metodologisesti tämä edellyttää holististen ja laadullisten menetelmien käyttöä sekä kulttuurin ja talouden suhteen tarkastelua hybridisyyden ja diskursiivisuuden näkökulmista.

Artikkelissani olen peilannut kulttuurin ja talouden teoreettis-metodologista yhteen kietoutumista erityisesti kulttuuritapahtumien taloudellisten vaikutusten arvioinnin näkökulmasta. Konventionaaliset yleisön kulutuksen mittaamiseen, kertoimien laskemiseen ja panos-tuotos -mallien soveltamiseen keskittyneet talousvaikutus-tutkimukset eivät ole analyyseissään huomioineet kulttuuriteollisuuden ja aluetalouden prosessuaalista yhteen kietoutuneisuutta, mikä ilmenee esimerkiksi tarkasteltaessa symbolitalouden ja luovan alueen käsitteitä. Symbolitalouden tuotteissa kulutus, markkinointi, imagot, vallankäyttö, identiteettien rakentaminen, esteettinen tilallisuus ja samalla koko aluetalouden kehitysdynamiikka kytkeytyvät moniulot-

teisesti toisiinsa, mitä kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tarkastelleet tutkimukset eivät ole juuri huomioineet. Vastaavasti luovien teollisuuden alojen tihentymä, innovatiivisuus sekä kulttuurinen moniarvoisuus nivELYVÄT kompleksisesti toisiinsa, millä on suora yhteys alueiden ja siellä toimivien yritysten taloudelliseen toimeliaisuuteen. Kaikki mainitut piirteet puoltavat näkemystä kulttuurin, symbolitalouden ja luovuuden moniulotteisesta yhteen kietoutuneisuudesta.

Symbolitalouden, luovan alueen ja kulttuurin vuorovaikutuksen merkittävyys ilmenee paikallistaloudellisissa ja globaaleissa arvokeskusteluissa, joissa aluetalouden kehityksen dynamiikka muodostuu viime kädessä sosiaalseksi konstruktioksi. Kyse on niistä puhetavoista ja hegemonisista diskursseista, joiden avulla kulttuuriteollisuuden, esimerkiksi kulttuuritapahtumien, paikallistaloudellinen merkitys argumentoidaan ja tulkitaan. Kulttuuriteollisuuden merkitys ilmenee kyseisten argumenttien sisältämissä arvolauseissa, joiden kautta taloudellisia (esimerkiksi elinkeinopoliittisia) tekoja puolustetaan ja suhteutetaan kulttuuriseksi miellettyihin toimintoihin. Näissä keskusteluissa legitimoituu paitsi kulttuurin sisäsyntyiset esteettiset, spirituaaliset, sosiaaliset ja symboliset arvot myös kulttuurin aluetaloudellinen merkittävyys.

Lähteet

- ALDSKOGIUS, H. 1993. Festivals and meets: the place of music in 'summer Sweden'. *Geografiska Annaler* 75 B (2), 55-72.
- BILTON, C. & LEARY, R. 2002. What can managers do for creativity? Broker-ing creativity in the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 8 (1), 49-64.
- BOHLIN, M. & TERNHAG G. 1990. *Festivalpublik och samhällsekonomi – en studie av Falun Folk music Festival*. Insitutet för Turmism & Reseforskning. Högsolan Falun/Börlänge. Rapport nr 1/1990.
- CANTELL, T. 1993. *Musiikkijuhlien yleisöt - Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari. Tilastotietoa taiteesta*. Nro 7. Taiteen keskustoimikunta. Helsinki.
- CANTELL, T. 1996. *Kaupunkifestivaalien yleisöt. Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock*. Taiteen keskustoimikunta, tilastotietoa taiteesta Nro 14.
- CANTELL, T. 1998. *Yleisfestivaalien yleisöt*. Helsingin juhlat, Joensuun laulujuhlat. Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta nro 19. Helsinki.
- CANTELL, T. 1999. *Helsinki and a vision of place*. City of Helsinki Urban Facts. Helsinki.
- CANTELL, T. 2001. Mittaamaton kulttuuri? Teoksessa Sulevi Riukulehto (toim.) *Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet*. Atena Kustannus Oy. Jyväskylä, 52-61.
- CANTELL, T. 2003. *Nykytanssin yleisöt. Tutkimus Tanssiareena 2000-festivaalin kävijöistä*. Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta Nro. 31. Helsinki.
- CAVES, R. E. 2000. *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*, Harward University Press, Cambridge.
- CWI, D. 1980. Models of the Role of the Arts in Economic Development. Teoksessa William S. Hendon, James L. Shanahan & Alice J. MacDonald (toim.) *Economic Policy for the Arts*. Abt Books, Cambridge, Massachusetts, 308-316.
- CRANG, P. 1997. Introduction: Cultural Turns and the (Re)constitution of Economic Geography. Teoksessa Roger Lee & Jane Wills (toim.) *Geographies of Economies*. Arnold, London, 3-15.
- DANIELZYK, R. & WOOD, G. 2001. On the Relationship Between Cultural and Economic Aspects of Regional Development: Some Evidence from Germany and Britain. *European Planning Studies*, Vol. 9 Issue 1, 69-84.
- DZIEMBOWSKA-KOWALSKA, J. & FUNCK R.H. 1999. Cultural Activities: Source of Competitiveness and Prosperity in Urban Regions. *Urban Studies* Vol. 36, No. 8, 1381-1398.

- DU GAY, P. (toim.).1997. *Production of Culture/Cultures of Production*. SAGE Publications, London.
- FISHER, H. 1994. The Image of Region. The Need for a Clear Focus. In J.M. Fladmark (ed.) *Cultural Tourism*. Papers presented at The Robert Gordon University, Heritage Convention. Oxford: Donhead, 147-155.
- FLORIDA, R. 2002. *The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books. New York.
- FREY B.S. 1994. The Economics of Music Festivals. *Journal of Cultural Economics*, 18, 29-39.
- GAZEL, R. C. & SCHWER R.K. 1997. Beyond Rock and Roll: The Economic Impact of the Grateful Dead on a Local Economy. *Journal of Cultural Economics* 21, 41-55.
- GARCIA, M. I. & FERNANDEZ Y. & ZOFIO J.L. 2003. The Economic Dimension of the Culture and Leisure Industry in Spain: National, Sectoral and Regional Analysis. *Journal of Cultural Economics* 27, 9-30.
- GETZ, D. 1997. *Event Management & Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation. New York.
- GIBSON, C. & MURPHY P. & FREESTONE R. 2002. Employment and Socio-spatial Relations in Australia's Cultural Economy. *Australian Geographer*, Vol. 33, No. 2, 173-189.
- HALL, P. 2000. Creative Cities and Economic Development. *Urban Studies*, Vol. 37, No 4, 639-649.
- HANSEN, T. B. 1995. Measuring the Value of Culture. *Cultural Policy*, Vol. 1, No 2, 309-322.
- HESMONDHALGH, D. 2002. *The cultural industries*. Sage. London.
- HITTERS, E. 2000. The Social and Political Construction of a European Cultural Capital: Rotterdam 2001. *Cultural Policy*, Vol. 6, No. 2, 183-199.
- ILMONEN, K. 1992. *Kulttuuripalvelujen käyttö ja kulttuuriarvostukset*. Jyväskylän yliopisto. Chydenius-instituutin tutkimuksia 5/1992. Kokkola.
- ILMONEN, K. & KAIPAINEN J. & TOHMO T. 1995. *Kunta ja musiikkijuhlat*. Kunnallissalan kehittämissäätiö, tutkimusjulkaisut, nro 6. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- ISAR, R. F. 1976. Culture and the arts festival of the twentieth century. *Cultures* 3, 125-145.
- JACKSON, P. 2002. Commercial cultures: transcending the cultural and the economic. *Progress in Human Geography* 26, 1, 3-18.

- JENSEN, R. 1999. *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform your Business*. McGraw-Hill: New York.
- JEPPER, S.J. 2002. Creative Assets and the Changing Economy. *Journal of Arts Management, Law & Society*. Vol. 32, Issue 2, 159-168.
- KARJALAINEN, T. 1991. *Kuhmo Chamber Music Festival: The Structure of the Festival's Economy and the Economic Impact of Festival*. Taiteen keskustoimikunta. Tutkimus- ja julkaisuyksikkö. Työpapereita nr 3. Helsinki.
- KARVONEN, E. 1999. *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Gaudeamus, Tampere.
- KOHVAKKA, R. 1999. Kulttuuriteollisuus, -palvelut ja -kauppa työllistäjänä. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.) *Kulttuuriteollisuus*. Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran julkaisusarja nro 214. Helsinki, 269-283.
- KOTLER, P. & ASPLUND C. & REIN I. & HAIDER D. H. 1999. *Marketing Places Europe. How to attract investments, industries, residents and visitors to cities, communities, regions and nations in Europe*. Pearson Education Limited. Bolton.
- LANDRY, C. 2000. *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan, London.
- LASH, S. & URRY J. 1994. *Economies of Signs and Space*. SAGE Publications, London.
- McCARTHY, J. 1998. Dublin's Temple Bar – A Case Study of Culture-led Regeneration. *European Planning Studies*, Vol. 6, No. 3, 271-281.
- MITCHELL, C. J. A. & WALL G. 1989. The Arts and Employment: A Case Study of the Stratford Festival. *Growth & Change* Vol 20, Issue 4, 31-40.
- MITCHELL, C. J.A. 1993. Economic Impact of the Arts: Theatre Festivals in Small Ontario Communities. *Journal of Cultural Economics* 17, 55-67.
- MORLEY, D. & ROBINS K. 1995. *Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. Routledge: London.
- MYERSCOUGH, J. 1988. *The Economic Importance of the Arts in Britain*. Policy Studies Institute: London.
- NISKANEN, M. & PIRINEN M. & KOTRO T. 1998. *Luotaus kulttuuriteollisuuteen*. Opetusministeriön työryhmän muistioita 16:1998.
- NIXON, S. 1997. Circulating Culture. Teoksessa Paul du Gay (toim.) *Production of Culture/Cultures of Production*. SAGE Publications, London, 177-234.
- OATLEY, N. 1998. *Cities, Economic Competition and Urban Policy*. Paul Chapman Publishing, Ltd. London.

- O'HAGAN, J.W. 1992. The Wexford Opera Festival: a Case for Public Funding? Teoksessa Towse, Ruth. & Khakee, Abdul. (ed.) *Cultural Economics*. Springer-Verlag, Berlin, 61-66.
- OPETUSMINISTERIÖ.1999. Kulttuuri työllistäjänä. Työllisyys kulttuuriteollisuuden toimialoilla ja ammateissa Suomessa vuonna 1995. Opetusministeriön työryhmän muistioita 4:1999.
- PEET, R. 1997. The Cultural Production of Economic Forms. Teoksessa Roger Lee & Jane Wills (toim.) *Geographies of Economies*. Arnold, London, 37-46.
- PEET, R. 2000. Culture, imaginary, and rationality in regional economic development. *Environment and Planning A*, vol. 32, 1215-1234.
- PINE II, J. B. & GILMORE J.H. 1999. *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harward Business School Press, Boston.
- PUFFELEN, F.1996. Abuses of Conventional Impact Studies in the Arts. *Cultural Policy*. Vol. 2, No. 2, 241-254.
- ROBINS, K.1997. What in the World's going on ? Teoksessa Paul du Gay (toim.) *Production of culture/cultures of production*. SAGE Publications Ltd, London, 11-66.
- RAUNIO, K.1999. *Positivismi ja ihmistiede. Sosiaalitutkimuksen perustat ja käytännöt*. Gaudeamus, Helsinki.
- SAIRANEN, K. 1988. *Tutkimus Savonlinnan oopperajuhlista*. Matkailun koulu- tus- ja tutkimuskeskus. Sarja A:6. Savonlinna.
- SAYER, A. 1997. The Dialectic of Culture and Economy. Teoksessa Roger Lee & Jane Wills (toim.) *Geographies of Economies*. Arnold, London, 16-26.
- SCANLON, R. & LONGLEY R.1984. The Arts as an Industry: their Economic Importance to the New York – New Jersey Metropolitan Region. Teoksessa William S. Hendon & Douglas V. Shaw & Nancy K. Grant (toim.) *Economics of Cultural Industries*. University of Akron, Ohio, 93-100.
- SCOTT, A.1997. The Cultural Economy of Cities. *International Journal of Urban & Regional Research*. Vol. 21, Issue 2, 323-340.
- SCOTT, A. J. 2000. The Cultural Economy of Paris. *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol 24.3, 567-582.
- SIMONSEN, K. 2001. Space, culture and economy – a question of practise. *Geografiska Annaler*, 83 B (1), 41-52.
- TEPPER, S. J. 2002. Creative Assets and the Changing Economy. *Journal of Arts Management, Law & Society*. Vol 32, Issue 2, 159-169.

- THROSBY, D. 1999. Talouspolitiikan ja kulttuuripolitiikan monimutkainen suhde. Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim) *Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet*. Jyväskylän yliopisto, Sophi. Jyväskylä, 78-89.
- THROSBY, D. 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: University Press.
- TUOK, I. 2003. Cities, Clusters and Creative Industries: The Case of Film and Television in Scotland. *European Planning Studies*, Vol. 11, No. 5, 549-565.
- TÖTTÖ, P. 1987. *Yhteiskuntatiede ja toiminta. Objektivismiin kritiikistä yhteiskuntatieteiden metodologiassa*. Tampereen yliopisto, Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos, sarja A 55.
- TÖTTÖ, P. 2000. *Pirullisen positivismiin paluu. Laadullisen ja määrällisen tarkastelua*. Vastapaino, Tampere.
- UUSITALO, L. 1999. Kulttuurin markkinat. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.) *Kulttuuriteollisuus*. Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran julkaisusarja nro 214. Helsinki, 131-144.
- VAUGHAN, D.R. 1980. Does a Festival Pay? Teoksessa Hendon, William S. & Shanahan, James L. & MacDonald, Alice J. (eds.) *Economic Policy for the Arts*. Abt Books, Cambridge, 319-331.
- ZUKIN, S. 1995. *The Cultures of Cities*. Blackwell Publishers Ltd. Cambridge, Massachusetts.
- ÄIKÄS, T. A. 2001. *Imagosta maisemaan. Esimerkkeinä Turun ja Oulun kaupunki-imagojen rakentaminen*. Nordia Geographical Publication. Volume 30:2.